
Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Soya Nony'z Tulungagung)

Twin Matsni Atussa'dyah¹, Lativa Hartiningtyas²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
E-mail: twinmatsni22@gmail.com¹, lativahartiningtyas@gmail.com²

Article History:

Received: 15 Juni 2022

Revised: 23 Juni 2022

Accepted: 30 Juni 2022

Keywords: Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kualitas kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Sampel dari penelitian ini adalah pedagang atau pengepul produk soya nony'z Tulungagung, Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, dengan jumlah sampel 109 orang responden dengan menggunakan metode kuesioner tertutup. Hasil analisis data dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas kemasan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas kemasan dan harga meningkatkan keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia perdagangan dan perindustrian tentunya di zaman sekarang ini sangatlah ketat mengingat bertambahnya banyak perusahaan semakin tak terkendali. Suatu perusahaan yang baru berdiri atau baru mengeluarkan produk baru apabila tidak berusaha memperkenalkan produknya kepada konsumen sudah bisa di bayangkan usaha tersebut berjalannya kurang maksimal atau bisa di katakan sia-sia. Hal itu di sebabkan karena persaingan dalam dunia perdagangan dan perindustrian semakin meningkat di dorong dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin maju. Mengingat tujuan dari perusahaan adalah untuk mencari laba yang sebesar-besarnya agar bisa mengembangkan perusahaan tersebut menjadi lebih besar. Banyak sekali hal-hal yang harus di perhatikan oleh perusahaan guna untuk meningkatkan minat pembeli.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat pembeli yaitu kualitas produk, Kualitas produk sangatlah penting karena pada umumnya konsumen lebih teliti dalam memilih barang-barang yang diinginkan dengan kriteria bagus dan berkualitas unggul. Maka dari itu perusahaan dituntut memberikan barang dengan kualitas yang bagus agar tidak kalah dengan pesaing diharapkan bisa meningkatkan minat pembeli dan membuat pelanggan kembali untuk membeli.

Selain Harga yang harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dan harga harus bersaing dipasaran, faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas kemasan, kualitas produk yang baik apabila tidak diimbangi dengan kemasan yang baik pula itu akan percuma tidak akan menarik pelanggan untuk membeli. kemasan produk merupakan aspek visual yang menjadi kesan pertama konsumen sebelum membeli dan menggunakan produk.

NONY'Z salah satu merk soya yang ada di Tulungagung tepatnya berada di Ds. Sambitan Kec. Pakel. Soya Nony'z terdiri dari 4 (empat rasa) yaitu vanilla, strawberry, pandan, dan gula

aren. Soya Nony'z terdiri dari 3 (tiga) kemasan yaitu kemasan plastik, kemasan gelas, dan kemasan botol. Soya Nony'z tetap mempertahankan kualitas produknya dengan menggunakan resep yang sudah ada sejak awal berdirinya usaha ini dari 2007 dan tidak merubahnya sama sekali. Dalam kemasannya terdapat informasi berupa merk, tempat produksi, P IRT, label halal, exp date dan komposisi. Harga Soya Nony'z kemasan plastik dijual dengan harga Rp 1000,- kemasan gelas dengan harga Rp 2000,- dan kemasan botol dengan harga Rp 5000,-.

Keunggulan dari produk Soya Nony'z Tulungagung dari produk soya yang lain yaitu soya Nony'z sudah memiliki izin dari BPOM dan terbukti halal, terdapat beberapa jenis kemasan yang mudah dan tidak gampang bocor sesuai dengan kebutuhan konsumen, selain itu bahan baku yang digunakan tetap mempertahankan kualitasnya dari awal berdirinya. Cara memasak/produksi yang sesuai prosedur juga membuat Soya Nony'z tidak gampang basi meskipun tidak menggunakan pengawet makanan serta membuat citarasa yang tetap nikmat. Hal tersebut yang membuat para pelanggan Kembali untuk membeli. Kondisi pada saat ini 2022, setelah 2 tahun pandemi tentu saja mengalami perubahan yang sangat signifikan. Tapi pada tahun 2022 ini sudah mengalami peningkatan dibanding pada tahun 2020 dan 2021, pada 2020 dan 2021 Soya Nony'z mengurangi volume produksi untuk meminimalisir kerugian, pendapatan pastinya juga ikut menurun. Pada tahun 2022 ini, seiringan dengan menurunnya tingkat Covid-19, pasar sudah ramai kembali dan produksi soya sudah normal seperti sebelum adanya Covid-19. Bahkan cenderung meningkat.

Hasil penelitian ini merupakan perkembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Tarigan et al., 2020) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Coca-Cola pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia cabang Medan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh (Fatmaningrum & Fadhilah, 2020) kualitas produk Frestea memiliki peranan penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudian dalam variabel kualitas kemasan, penelitian yang dilakukan oleh (Mufreni, 2016) bahwa kualitas kemasan berpengaruh positif terhadap minat beli, dimana semakin tinggi persepsi konsumen terhadap variabel kualitas kemasan maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk teh serbuk TOCHA. Terakhir penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan et al., 2020) menyatakan bahwa ada pengaruh dari harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Coca-Cola pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia cabang Medan. Penelitian ini dilaksanakan untuk menjadi banding penelitian sebelumnya dan menguji apakah kualitas produk, kualitas kemasan, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Soya Nony'z Tulungagung, apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Soya Nony'z Tulungagung, apakah kualitas kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Soya Nony'z Tulungagung, apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Soya Nony'z Tulungagung. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung, mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung, mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas kemasan terhadap keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung, mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan terkait daya tarik konsumen untuk memutuskan membeli di sebuah UMKM dan dapat digunakan untuk tambahan referensi penelitian selanjutnya.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas adalah totalitas dari fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh produk yang sanggup untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan (Radi et al., 2016).

Kualitas Produk kemampuan suatu (*Product Quality*) adalah produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Manajemen (TQM)*” (Igir & Tampi, 2018).

Kualitas Kemasan

Bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya. Beberapa kemasan dibuat lebih besar yang biasanya terdapat pada makanan kering, kemasan tersebut dibuat agar lebih menarik persepsi calon pembeli untuk dibandingkan produk *competitor* (Mufreni, 2016). Konsumen beranggapan bahwa kemasan yang lebih besar berisi produk yang lebih banyak, meskipun konsumen merasa isi atau volume produknya tidak sesuai atau lebih sedikit dari ukuran kemasannya, tidak merubah persepsi untuk menggunakan bentuk kemasan sebagai patokan dalam menentukan isi produk di dalamnya. Bentuk kemasan sangat berpengaruh terhadap psikologis calon konsumen, dengan bentuk kemasan yang menarik dan terkesan besar akan membuat konsumen lebih tertarik membeli. Hal ini banyak diterapkan pada saat-saat tertentu biasanya pada hari raya dan libur akhir tahun, produk biasa menjadi terkesan lebih bagus dan menarik ketika dikemas *bundle product* sehingga terkesan lebih hemat. *Biscuit*, sirup dan teh adalah produk biasa yang ketika bentuk kemasannya menarik dapat meningkatkan penjualan. Konsumen merasa produk biasa menjadi lebih *value for money* ketika dikemas dengan bentuk kemasan yang lebih besar, dan kualitas menjadi pilihan inferior ketika produk biasa dikemas dengan bentuk yang lebih besar (Darmawan, 2017).

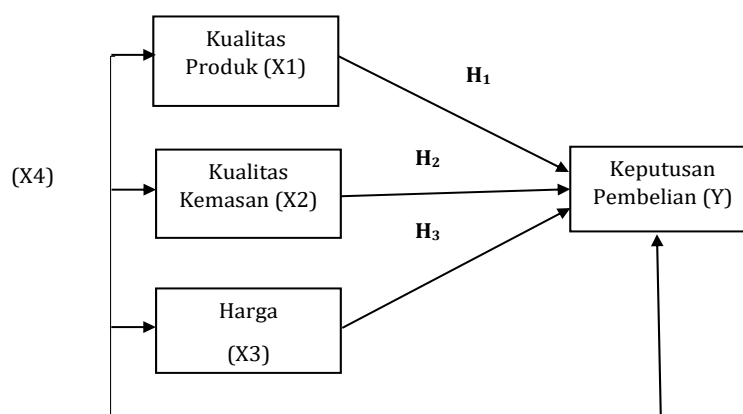
Produk secara umum dibagi menjadi 3 yaitu padat (*solid*), cair (*liquid*) dan *granule (pellet)*. Setiap jenis produk tersebut memerlukan penanganan yang berbeda, namun secara garis besar kemasan harus dapat melindungi cahaya dan kedap udara sehingga dapat memperpanjang usia produk. Terdapat 5 bahan utama kemasan yang awam digunakan baik oleh industri besar maupun UMKM, yaitu *plastic, metal foil, styrofoam, kaca* dan kertas. Plastik berasal dari minyak bumi dan sintetik buatan, *plastic* sendiri di olah untuk mendapatkan bentuk dan satuan senyawa yang di inginkan dengan cara laminasi, ekstrusi dan kopolimerasi. Plastik selain mudah di dapat harganya pun relatif terjangkau. *Metal foil* berasal dari mineral bumi, biasanya yang relatif digunakan karena murah dan melimpah adalah almunium. Karakter dari mineral ini adalah tahan terhadap lingkungan asam, tidak beracun dan tahan minyak. *Paper metal* adalah revolusi kemasan yang menggabungkan kelebihan dari kemasan *plastic* dan *aluminium foil*, dalam pembuatan *paper metal*, lembaran almunium dipanaskan pada lembaran kertas dan pada lapisan teratas di entrusi oleh lapisan plastik. Kelebihan dari kemasan ini adalah daya tahan lebih lama namun dengan *fleksibilitas plastic* (Mufreni, 2016).

Harga

Harga menurut Kloter Amstrong adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk dan jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai. Menurut Swastha, harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalua mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya (Mandasari, 2017).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak atau tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan relitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya. Hasil dari pemikiran itu dipengaruhi ketakutan kehendak konsumen untuk membeli sebagai alternatif dari istilah keputusan pembelian (Herawati, 2019).



Gambar 1. Skema Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar diatas bisa di katakan sebagai berikut :

1. X1 : Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)
2. X2 : Variabel Kualitas Kemasan (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)
3. X3 : Variabel Harga (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)
4. X4 : Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Kemasan (X2), serta Harga (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Produk yang berkualitas tentu saja lebih banyak diminati daripada produk yang hanya asal-asalan atau tidak berkualitas, semakin tinggi tingkat kualitas produk semakin tinggi pula minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Contohnya produk makanan yang mengutamakan rasa, higienis dan tidak mudah basi tentu saja lebih diminati oleh konsumen. Jadi kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Sahara & Prakoso, 2020).

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian pada usaha soya Nony'z Tulungagung

Pengaruh Kualitas Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

Kemasan yang berkualitas tentu saja lebih banyak diminati daripada kemasan yang hanya asal-asalan atau tidak berkualitas dan mudah rusak, semakin tinggi tingkat kualitas kemasan semakin tinggi pula minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Contohnya kemasan yang mudah rusak atau sobek, tidak ekonomis tentu saja di hindari oleh konsumen. Jadi kualitas kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Resmi & Wismiarsi, 2015).

H₂ : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas kemasan dengan keputusan pembelian pada usaha soya Nony'z Tulungagung

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga yang sesuai dengan kualitas produk dan bersaing dipasaran lebih diminati oleh konsumen daripada harga yang relative mahal tapi tidak sesuai dengan produk yang diterimanya. Terkadang konsumen lebih memilih untuk mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk mendapatkan produk yang bagus, daripada membeli produk yang murah tetapi kualitas produk buruk. Contohnya harga makanan yang sedikit lebih mahal tetapi mendapatkan makanan yang enak, higienis dan tidak basi lebih diminati oleh konsumen (Sahara & Prakoso, 2020).

H₃ : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga dengan keputusan pembelian pada usaha soya Nony'z Tulungagung

METODE PENELITIAN**Metode penelitian dan jenis penelitian yang digunakan**

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengaruh kualitas produk, kualitas kemasan, dan harga terhadap keputusan pembelian soya nony'z Tulungagung. Jenis Penelitian ini bersifat penelitian asosiatif atau hubungan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih dengan variabel lainnya.

Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah pengepul atau pedagang soya Nony'z Tulungagung yang nantinya soya tersebut akan dijual kembali yang berjumlah 150 orang pada tahun 2022. Jumlah Populasi bersumber dari banyaknya volume produksi dari Soya Nony'z Tulungagung, karena populasi adalah pedagang dan dipastikan akan mengulang pembelian setiap hari.

Teknik Sampling

Pengambilan sampel atau Teknik sampel pada penelitian ini dengan cara simple random, penelitian ini ditujukan kepada semua pedagang Soya Nony'z. Dengan jumlah populasi sebanyak 150 orang pada tahun 2022 dan ditetapkan oleh peneliti dengan menggunakan rumus slovin.

Sampel Penelitian

Banyaknya sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin dikarenakan jumlah populasi yang telah diketahui sebelumnya. Berdasarkan perhitungan dengan jumlah populasi sebanyak 150 orang pedagang dan peneliti menggunakan presentase batas kesalahan adalah sebesar 5% atau 0,05, maka diperoleh sampel sebanyak 109,09 dan dibulatkan menjadi 109 sebagai jumlah responden minimum. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 109

dari jumlah seluruh pedagang soya Nony'z.

Sumber Data

Sumber data adalah hasil subyek pencatatan penelitian, yang berupa angka atau fakta. Sedangkan data berkaitan mengenai variabel yang ada pada sejumlah objek dan menjelaskan tentang obyek tersebut dalam variabel tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini data primer diperoleh langsung dari para pedagang soya Nony'z.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu variabel independent dan variabel dependent.

1. Variabel independentnya yaitu kualitas produk (X1), Kualitas Kemasan (X2), dan Harga (X3).
2. Variabel dependentnya yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala penilaian yang digunakan yaitu Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang dijabarkan pada indikator variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Pengukuran

Skor atau Nilai	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Cukup Setuju (CS)
2	Kurang Setuju (KS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: Microsoft Excel

Dengan menggunakan kategori tersebut, maka peneliti berharap mendapatkan jawaban dari responden dengan data yang sangat relevan untuk penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam mencari data langsung kuesioner akan dilakukan oleh peneliti yang akan diserahkan kepada para pedagang soya Nony'z Tulungagung. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan dan disusun dalam sebuah daftar, dimana responden melakukan check list (√) pada kolom yang sesuai. Pengumpulan data atau kuesioner disebar dan dilaksanakan dalam waktu 2 bulan, yaitu pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret. Dan dilanjutkan perhitungan hasil kuesioner.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner dengan menggunakan Skala Likert dengan 5 opsi jawaban. Dimana Skala Likert merupakan skala yang terkenal dan sering digunakan karena pembuatan relatif lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.

Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation*, *pearson correlation*) antara skor butir pertanyaan dengan skor butir total, sehingga sering disebut dengan *inter item total correlation*. Jika r-hitung lebih besar dari pada r-tabel maka instrument tersebut memenuhi kriteria validitas sehingga item tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

a) Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Dari data perhitungan, r-hitung diperoleh sebesar 1,442 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai r-hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r-tabel (0,176) jadi data tersebut dinyatakan **valid**. Dari data perhitungan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0.05 jadi data tersebut dinyatakan **valid**.

b) Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Dari data perhitungan, r-hitung diperoleh sebesar 1,000 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai r-hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r-tabel (0,176) jadi data tersebut dinyatakan **valid**. Dari data perhitungan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0.05 jadi data tersebut dinyatakan **valid**.

c) Uji Validitas Variabel Kualitas Kemasan

Dari data perhitungan, r-hitung diperoleh sebesar 1,000 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai r-hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r-tabel (0,176) jadi data tersebut dinyatakan **valid**. Dari data perhitungan nilai sig. yaitu 0,003 lebih kecil dari 0.05 jadi data tersebut dinyatakan **valid**.

d) Uji Validitas Variabel Harga

Dari data perhitungan, r-hitung diperoleh sebesar 1,000 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai r-hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r-tabel (0,176) jadi data tersebut dinyatakan **valid**. Dari data perhitungan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0.05 jadi data tersebut dinyatakan **valid**.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan reliabilitas dengan menggunakan metode *Cornbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1.

a) Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian, diketahui *cronbach's Alpha* sebesar 0.052 dan dinyatakan **cukup reliabel**.

b) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk, Dari data yang diperoleh diketahui

cronbach's Alpha sebesar 0.048 dan dinyatakan **cukup reliabel**.

c) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Kemasan

Dari data yang diperoleh diketahui cronbach's Alpha sebesar 0.071 dan dinyatakan **reliabel**.

d) Uji Reliabilitas Variabel Harga

Dari data yang diperoleh diketahui cronbach's Alpha sebesar 0.279 dan dinyatakan **sangat reliabel**.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data yang berdistribusikan normal apabila nilai signifikasinya atau probabilitasnya lebih dari 0,05, sedangkan data yang berdistribusikan tidak normal apabila nilai signifikasinya atau probabilitasnya kurang dari 0,05. Sesuai dengan histogram yang tertera membentuk gunung atau menggunung jadi dapat diartikan itu adalah **normal**. Uji menggunakan P-Plot dapat dilihat bahwa titik-titik bulat mengikuti garis jadi dapat dinyatakan **normal**. Uji Normalitas selanjutnya dapat dibuktikan dengan Kolmogorov ditunjukkan oleh output dengan tingkat signifikan (0.856) menunjukkan lebih dari 0.05 dan dinyatakan variabel itu **normal**.

b. Uji Multikolinearitas

Jika nilai VIP kurang 10 maka model terbebas dari multikolinearitas, dan sebaliknya jika lebih dari 10 maka model tidak terbebas dari multikolinearitas. Nilai VIP < 10 seperti nilai toleran > 0,10. Berdasarkan tabel coefficients diketahui bahwa nilai VIF variabel kualitas produk (X1), variabel kualitas kemasan (X2) dan variabel harga (X3) adalah $1.072 < 10$. Dan nilai tolerance value adalah $0.933 > 0.1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansi sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan. Apabila perolehan signifikansi melebihi 0,05 ($\alpha = 5\%$) bisa dikatakan tidak ada heteroskedastisitas. Sesuai dengan Scatterplot output titik-titik menyebar tidak beraturan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik ini digunakan untuk mengukur efek dua atau lebih variabel independen pada variabel dependen tunggal yang diukur pada skala rasio. Melalui program SPSS, perhitungan matematika yang rumit untuk analisis ini dilakukan secara otomatis. Dimana, diasumsikan ada hubungan timbal balik antara variabel independen baik secara positif yang dihitung dalam perhitungan.

Adapun persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y yaitu Variabel Dependen, Terikat (Keputusan pembelian); a yaitu Konstanta; b_1, b_2, b_3 yaitu Koefisien korelasi ganda; X_1 yaitu Variabel Independen, Bebas 1 (Kualitas Produk); X_2 yaitu Variabel Independen, Bebas 2 (Kualitas Kemasan); X_3 yaitu Variabel Independen, Bebas 3 (Harga); e yaitu Standar error / Variabel pengganggu.

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji determinan merupakan untuk mengukur seberapa jauh presentase kemampuan pengaruh hubungan antara variabel dependen dengan variabel terikat. Nilai R^2 adalah nol dan satu. Apabila nilai determinan kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai determinan yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian sebagai suatu taksiran keadaan populasi melalui data sampel. Dalam penelitian ini, uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda.

a. Uji F

Uji F digunakan sebagai alat untuk menguji pengaruh secara simultan (Bersama-sama) antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

b. Uji T

Uji T digunakan sebagai alat untuk menguji pengaruh secara parsial (individu) variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Kualitas Data

Setelah melakukan uji kualitas data menggunakan aplikasi SPSS Versi 22 yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas data dinyatakan valid dan memenuhi persyaratan untuk melakukan penelitian, kemudian langkah selanjutnya melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas. Setelah dilakukan perhitungan dimana semua asumsi memenuhi kriteria sehingga dapat dilanjutkan untuk analisis regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Parameter		Koefisien Regresi	Thitung	Sig.
Konstanta		19.592		
Kualitas Produk		0.169	1.982	0.005
Kualitas Kemasan		0.294	2.539	0.003
Harga		0.009	2,405	0.006
F-Statistics	3.345			0.002
R Square	0.698			

Sumber: Perhitungan SPSS

Hasil Analisis data dengan metode regresi linier berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + e$$

$$= 19.592 + 0.169 + 0.294 + 0.009$$

- Nilai a sebesar 19.592 nilai ini merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel kualitas produk (X1), variabel kualitas produk (X2) dan variabel harga (X3). Jika variabel independent tidak ada maka variabel keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung tidak mengalami perubahan.
- b1 (nilai koefisien regresi x1) sebesar 0.169 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung sebesar 0.169. dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- b2 (nilai koefisien regresi x2) sebesar 0.294 menunjukkan bahwa variabel kualitas kemasan mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas kemasan maka akan mempengaruhi keputusan

pembelian soya Nony'z Tulungagung sebesar 0.294. dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

- d. b_3 (nilai koefisien regresi x_3) sebesar 0.009 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel harga maka akan mempengaruhi keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung sebesar 0.009. dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 3 diatas dipengaruhi nilai koefisien R square atau (R^2) sebesar 0.698 atau 69.8% jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel kualitas produk, kualitas kemasan dan harga sebesar 0.698 atau 69.8%.

Uji Hipotesis

1. Uji dengan Fhitung

Sesuai dengan perhitungan dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1), Kualitas Kemasan (X2), Harga (X3) terhadap Kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai F hitung $3,345 >$ nilai F tabel 3,20. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas produk (X1), Kualitas Kemasan (X2), Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) soya Nony'z Tulungagung secara signifikan.

2. Uji dengan Ttest

- a. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $1,982 >$ nilai t tabel 1,980 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara signifikan.
- b. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas kemasan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,539 >$ nilai t tabel 1,980 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara signifikan.
- c. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,405 >$ nilai t tabel 1,980 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Sesuai dengan perhitungan dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk, Kualitas Kemasan, Harga terhadap Kepuasan konsumen adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai F hitung $3,345 >$ nilai F tabel 3,20. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, Kualitas Kemasan, Harga terhadap Keputusan Pembelian soya Nony'z Tulungagung sebesar 69.8%, dan 30.2% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan et al., 2020; Apriando et al., 2019; Mufreni, 2016; Tj, 2020; Miharja, 2021; Resmi & Wismiarsi, 2015)

maka hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas kemasan, dan harga berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Kualitas Produk dinyatakan signifikan menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $1,982 >$ nilai t tabel $1,980$. Berarti bahwa Kualitas Produk Soya Nony'z Tulungagung berperan penting terhadap keputusan pembelian oleh para konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan et al., 2020; Fatmaningrum & Fadhilah, 2020; Apriando et al., 2019) maka hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Kualitas Kemasan dinyatakan signifikan menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas kemasan terhadap keputusan pembelian adalah $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,539 >$ nilai t tabel $1,980$. Berarti bahwa Kualitas Kemasan Soya Nony'z Tulungagung berperan penting terhadap keputusan pembelian oleh para konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mufreni, 2016) maka hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Harga dinyatakan signifikan menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,405 >$ nilai t tabel $1,980$. Berarti bahwa Harga Soya Nony'z Tulungagung berperan penting terhadap keputusan pembelian oleh para konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tj, 2020; Miharja, 2021; Resmi & Wismiarsi, 2015) maka hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN*Kesimpulan*

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang sudah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, dan harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian soya Nony'z Tulungagung.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga hipotesis pertama bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terbukti.

Bahan produksi yang menggunakan kedelai pilihan dan mempertahankan resep dari pertama berdirinya usaha menciptakan kesan baik bagi konsumen.

3. Kualitas Kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga hipotesis pertama bahwa kualitas kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terbukti.

Bahan kemasan yang bersifat premium, terdiri dari beberapa ukuran, dan mudah dibawa kemana saja tanpa takut tumpah menjadikan berpengaruhnya keputusan pembelian para konsumen.

4. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga hipotesis pertama bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terbukti.

Terdiri dari beberapa pilihan harga yang pas memudahkan konsumen untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhannya.

Keterbatasan dan Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah untuk kedepannya soya Nony'z dapat menambah inovasi baru untuk varian rasa, dan memperluas area distribusi agar dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi. Tetap mempertahankan kualitas dari segi produk maupun kemasan supaya menciptakan kenyamanan bagi konsumen dan tentu saja keuntungan bagi tempat usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Apriando, J. P., Soesanto, H., Indriani, F., Manajemen, M., & Diponegoro, U. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 di Kota Semarang)*. XVIII(2), 166–183.
- Darmawan, D. (2017). *Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik*. 1(April), 1–10.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. 4(1), 176–188.
- Herawati, H. (2019). *Pengaruh promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sariayu putih langsung*. 2(1), 17–35.
- Igir, F. G., & Tampi, J. R. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up*. 6(2), 86–96.
- Mandasari, A. E. (2017). *Peran produk, harga, dan customer service dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan kartu pascabayar*. 3(Mei), 50–58.
- Miharja, K. (2021). *Pengaruh Harga, Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bubble di Cilodong*. 6, 233–244.
- Mufreni, A. N. (2016). *Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)*. 2(November), 48–54.
- Radi, L., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2016). *Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim di Kota Tasikmalaya)*. 2(November), 105–113.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). *Pengaruh kemasan dan harga pada keputusan pembelian minuman isotonik*. 13(2007), 1–20.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada*. 1177.
- Tarigan, J., Sihotang, B. F., Panggabean, A., & Gulo, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia Cabang Medan*. 9(2), 1–16.
- Tj, H. W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba Yang Dimediasi Dengan Strategi Promosi*. 5(12), 1566–1575.
-